



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METEDOLOGI

1.1. Gambaran Umum

Dalam pembuatan proyek tugas akhir ini, penulis dan tim membuat video iklan dan bekerjasama dengan ReCharge Indonesia. Perusahaan ini adalah penyedia *power bank* pertama yang berbasis aplikasi di Indonesia. Kantor ReCharge Indonesia berada di Jakarta pusat yaitu di Menara BTPN. Penulis di sini menggunakan metode kualitatif yaitu studi kualitatif dan observasi lapangan. Metode penelitian kualitatif dihasilkan berdasarkan pengalaman dan pengamatan sebuah peristiwa di lapangan secara langsung, yang kemudian akan menghasilkan data deskriptif tentang peristiwa yang terjadi selama prosesnya berlangsung (Sugiyono, 2016, 1-3). Pendekatan ini juga menggunakan sudut pandang penulis terhadap suatu masalah yang terjadi di lapangan, sehingga dapat menghasilkan hasil penelitian yang berbeda dengan lainnya.

Metode kualitatif ini digunakan penulis untuk mencari sumber melalui buku, jurnal dan artikel yang dapat membantu dalam penulisan. Sumber-sumber yang dipakai penulis untuk menulis skripsi ini berhubungan langsung mengenai subyek *account executive*, iklan dan juga video vertikal. Dengan menggunakan subyek tersebut penulis dapat lebih memahami dan menemukan lagi subyek-subyek lainnya yang berhubungan langsung dengan pekerjaan seorang *account executive* dan dapat membantu penulisan.

Metode kualitatif observasi lapangan digunakan penulis untuk mencari sumber yang dapat penulis pakai untuk membantu penulisan, seperti beberapa contoh video iklan vertikal sebagai referensi dan data sumber yang didapatkan dari perusahaan sebagai data yang dapat tim pakai untuk mengetahui lebih detail mengenai perusahaan dan juga agar pengerjaan iklan mendapatkan *target audience* yang tepat. Memakai cara *interview* mendalam untuk mendapatkan *feedback* dari sumber yang tepat dari hasil iklan video vertikal ReCharge Indonesia.

1.1.1. Latar Belakang Perusahaan

PT. Jalan Terus Saja (“ReCharge”) adalah sebuah *startup* di Indonesia yang menyediakan layanan jasa penyewaan *power bank* yang mudah ditemukan di tempat umum seperti *mall*, stasiun kereta, dan bandara. ReCharge sudah beroperasi sejak bulan Maret tahun 2018, dan memiliki 200 mesin ReCharge di lebih dari 100 lokasi strategis di Jabodetabek. Cara sewa adalah dengan mendatangi mesin ReCharge terdekat lalu melakukan penyewaan melewati aplikasi yang dapat diunduh di PlayStore dan AppStore. Co-founder ReCharge adalah Dick Listijono yang juga menjabat sebagai *Chief Executive Officer* ReCharge.



Gambar 3.1. Mesin ReCharge

(Sumber : Dokumen ReCharge Indonesia)

Keuntungan menggunakan ReCharge adalah tidak perlu membawa kabel, karena kabel sudah tersedia pada *power bank* ReCharge, dan di samping itu juga :

1. Harga yang terjangkau, yaitu Rp 10.000,- per 24 jam.
2. *Flexible*, mudah dibawa kemana saja.
3. *Save up*, tidak harus membeli *power bank* sendiri.
4. Mudah, memiliki banyak tipe sesuai dengan konsumen.
5. *Ease of mind*, tidak perlu khawatir kehabisan baterai.

1.1.2. Posisi Penulis

Penulis di sini bekerja sebagai *account executive* dalam pembuatan video iklan ReCharge Indonesia. *Account executive* adalah yang menghubungkan antara klien dengan tim, dan yang bertugas untuk membuat *schedule*, *budget*, catatan

rapat, bernegosiasi dengan klien dan sebagai orang yang mengawasi kelancaran produksi agar sesuai dengan apa yang diinginkan oleh klien. *Account executive* di sini bekerja dengan tim yang berjumlah 4 orang yaitu, *creative director*, *art director* dan *copy writer*.

1.2. Tahapan Kerja

Account executive bekerja sebagai penghubung antara klien dengan tim kreatif dari tahap pra produksi sampai dengan pasca produksi. Tahapan kerja yang sering dilakukan *account executive* di sini adalah memastikan tim kreatif bekerja sesuai dengan apa yang sudah dibicarakan oleh klien dengan *account executive*.

1.2.1. Pengajuan Proposal

Pengajuan proposal dilakukan pada tanggal 4 April 2019. Tujuannya adalah memberi gambaran kepada calon klien untuk menawarkan kerjasama yang kami lakukan untuk mengerjakan tugas akhir. Berawal dari percakapan di media sosial Whatsapp lalu kami mengirim proposal melalui *email marketing* ReCharge. Setelah *email* diterima lalu kami mendapatkan telpon oleh *Assistant Manager Brand & Marketing*, yaitu Hendi Prasetya, untuk *pitching* ide di kantor ReCharge Indonesia.

1.2.2. Pitching dan Rapat

Pitching ide dilakukan pada tanggal 10 April jam 2 siang di Menara BTPN. Sebelum *pitching*, *account executive* melakukan *research* terlebih dahulu mengenai perusahaan ReCharge dan mempersiapkan presentasi bersama tim. *Account executive* dalam rapat tersebut menjadi mediator dan juga memberi ide mengenai

video vertikal yang menurut penulis cocok untuk iklan *power bank* ReCharge. Setelah itu *account executive* mencatat apa yang sudah dirapatkan bersama klien dan tim, dan catatan tersebut menjadi bahan untuk selanjutnya melanjutkan pekerjaan. Catatan yang ditulis pada dokumen *minutes of meeting* tersebut telah ditandatangani langsung oleh klien dan juga tim agar sebagai bukti yang sah. Di sinilah juga *account executive* dapat mengetahui *output* hasil iklan nanti akan tayang dimana sehingga *account executive* dan tim dapat merancang iklan menjadi lebih efisien dan tentu tetap atas kebutuhan klien.

1.2.3. Kontrak Kerja

Kontrak kerja perlu digunakan untuk kesepakatan antara kedua belah pihak. Kerja tim membutuhkan kontrak kerja agar pembuatan iklan tidak bisa dibatalkan sehingga kerja tim tidak sia-sia. Kontrak kerja ini dapat mejadi acuan tim dan klien untuk bekerja. Guna utama kontrak kerja adalah pengikat kerjasama antar klien dan juga tim.

1.2.4. Penyerahan Hasil Kerja

Tanda serah terima ini penting untuk menyatakan bahwa kerja tim sudah bersifat final dan siap untuk di-*publish*. Dokumen ini juga menjadi penilaian dari hasil kerja tim dalam proses pembuatan iklan yang dinilai berdasarkan penglihatan klien terhadap kerja tim.

1.3. *Pre Production*

Pada tahap ini *account executive* bekerja untuk menyusun rencana *pitching* untuk klien kami yaitu ReCharge Indonesia. Sebelum melakukan *pitching*, *account executive* juga membuat proposal terlebih dahulu dan setelah itu dikirim melalui *email* ReCharge. Di sini *account executive* mencoba untuk mencari informasi terlebih dahulu mengenai klien lebih tepatnya memahami segmentasi klien setelah itu membuat rencana *pitching* bersama tim. *Account executive* membuat rencana untuk memakai format vertikal agar bisa diiklankan di media sosial dan mesin ReCharge. *Pitching* dilakukan di kantor ReCharge di Menara BTPN pada hari jumat pukul 14:00. Pada saat *pitching* dilakukan, *account executive* bekerja untuk menjadi mediator serta mencatat hasil rapat pada *minutes of meeting*.



Gambar 3.2. Rapat Pertama Bersama ReCharge Indonesia

(Sumber : Dokumen Pribadi)

Tim kreatif dengan *account executive* membuat rencana kerja berdasarkan *client brief* yang nantinya akan dijabarkan pada *creative brief*. Selama proses *pre production* berjalan *account executive* selalu berkomunikasi dengan klien, seperti mengadakan rapat dan berkomunikasi melalui Whatsapp. *Account executive* di tahap ini juga ikut melakukan *location scouting* memastikan *budget* yang akan keluar dalam penyewaan lokasi serta menegosiasi harga yang akan keluar untuk aktor. *Account executive* menangani pengeluaran yang nanti akan dikeluarkan pada tahap *production*.

1.4. Production

Pada tahap ini *account executive* mengawasi jalannya *shooting* serta menemani klien yang ada pada saat hari H *shooting*, dan memastikan semua berjalan sesuai dengan rencana dan membantu tim pada saat ada yang diperlukan.

1.5. Post Production

Pada tahap ini *account executive* bekerjasama dengan *editor* dan mengawasi tahap *editing* serta berkomunikasi dengan klien perihal revisi di tahap *editing* sehingga hasilnya sesuai dengan apa yang diinginkan oleh klien.

1.6. Acuan



PERJANJIAN KERJASAMA PEMBUATAN IKLAN POWERBANK RECHARGE INDONESIA

pada hari Rabu tanggal 24 April 2019, telah disepakati Suatu Perjanjian Kerjasama untuk 2 (dua) pembuatan iklan produk ReCharge Indonesia , oleh dan di antara Para Pihak yang akan tersebut di bawah :

Nama : Dinda Meliani

Nomor HP : 085388239838

Alamat : Maxwell Utara 1 Nomor 2, Gading Serpong, Pagedangan.

Dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama Friday Lab, yang selanjutnya disebut

PIHAK PERTAMA.

Nama : Hendi Prasetya

Nomor HP : 0818622584

Alamat : Menara BTPN, 47th Floor, Jl. DR. Ide Anak Agung Gde Agung, RT.5/RW.2, Kuningan, Kota Jakarta Selatan.

Dalam hal ini bertindak untuk dan atas diri sendiri, yang selanjutnya disebut PIHAK

KEDUA,

Kedua belah pihak menerangkan terlebih dahulu hal-hal sebagai berikut:

- a. Bahwa PIHAK PERTAMA sebagai panilik *Advertising Agency* menyatakan bersedia menyediakan fasilitas selama pengambilan *shooting* berlangsung kepada PIHAK KEDUA, dan PIHAK KEDUA menyatakan sanggup melakukan pengambilan *shooting* dengan waktu yang ditentukan.
- b. Kedua belah pihak di atas sepakat untuk melaksanakan Perjanjian Kerja Sama. Berikut ketentuan-ketentuan yang harus disepakati selama masa kontrak. :



PERJANJIAN KERJASAMA PEMBUATAN IKLAN POWERBANK RECHARGE INDONESIA

PASAL 1

MAKSUD

PIHAK PERTAMA bermaksud memakai jasa PIHAK KEDUA Sebagai syarat kelulusan dalam pembuatan iklan melalui produk *powerbank* ReCharge Indonesia, dan PIHAK KEDUA telah menyatakan persetujuannya kepada PIHAK PERTAMA untuk maksud tersebut iklan akan ditayangkan di mesin ReCharge dan Instagram ReCharge.

PASAL 2

JALAN KEGIATAN

1. Pengambilan gambar akan dilaksanakan selama 2 (dua) hari, pada tanggal 8 dan 10 Mei 2019 dengan lokasi pengambilan gambar di Pondok Indah Mall dan Capturo Studio.
2. Lama waktu pengambilan gambar akan dilakukan selama 3 jam di Pondok Indah Mall dan 6 jam di Capturo Studio.

PASAL 3

KEWAJIBAN PIHAK PERTAMA

PIHAK PERTAMA berkewajiban menyediakan kebutuhan PIHAK KEDUA selama pengambilan gambar berlangsung sebagai berikut:

1. PIHAK PERTAMA Menyediakan perlengkapan pengambilan gambar.
2. PIHAK PERTAMA Menyediakan 2 (dua) talent perempuan dan laki – laki.
3. PIHAK PERTAMA Menyediakan tata rias dan kostum.



PERJANJIAN KERJASAMA PEMBUATAN IKLAN POWERBANK RECHARGE INDONESIA

PASAL 4

KEWAJIBAN PIHAK KEDUA

1. PIHAK KEDUA berkewajiban untuk menyediakan mesin *powerbank* ReCharge untuk *property shooting*.
2. PIHAK KEDUA berkewajiban untuk menyediakan lokasi *shooting* di Pondok Indah Mall.
3. PIHAK KEDUA berkewajiban untuk mengikuti proses pembuatan video dari *pre production* sampai dengan *post production*.
4. PIHAK KEDUA berkewajiban untuk datang pada saat sidang kelayakan.

PASAL 5

PEMBATALAN

1. Perjanjian kerja sama ini tidak dapat dibatalkan secara sepihak tanpa persetujuan pihak lainnya.
2. Pembatalan oleh 1 (satu) pihak, kecuali dengan alasan *force majeure*, maka pihak yang membatalkan wajib memberikan ganti rugi sesuai dengan jumlah yang disepakati oleh kedua belah pihak.

PASAL 6

SANKSI

1. Jika PIHAK PERTAMA tidak memberikan akomodasi yang sudah dijanjikan, maka PIHAK KEDUA berhak mendapatkan ganti rugi dalam bentuk uang yang telah ditetapkan.
2. Jika PIHAK KEDUA tidak melaksanakan maka PIHAK PERTAMA berhak memberikan denda yang ditetapkan, dan membayar ganti atas kerugian yang diterima PIHAK PERTAMA.



PERJANJIAN KERJASAMA PEMBUATAN IKLAN POWERBANK RECHARGE INDONESIA

PASAL

FORCE MAJEURE

1. Dalam hal terjadinya peristiwa-peristiwa sebagai akibat daripada "hal-hal yang berada di luar batas kemampuan kedua belah pihak seperti bencana alam atau sejenisnya, maka pihak lainnya wajib memberitahukan kepada pihak yang tidak menderita karena akibat terjadinya keadaan *force majeure* selambat-lambatnya 7 hari setelah mengetahui adanya peristiwa yang dimaksud keadaan memaksa tersebut di atas.
2. Terhadap segala kerugian yang disebabkan atas hal-hal tersebut di atas, para pihak akan menyelesaikannya secara musyawarah.

Demikian perjanjian ini dibuat serta ditandatangani Oleh kedua belah pihak tersebut di bagian awal perjanjian serta dibuat dalam rangkap 2 (dua), yang keduanya mempunyai ketentuan hukum yang sama.

PIHAK PERTAMA



(Dinda Meliani)

PIHAK KEDUA



(Hendi Prasetya)

Gambar 3.3. Dokumen Perjanjian Kerjasama

(Sumber : Dokumen Pribadi)



MINUTES OF MEETING

DATE :
TIME :
LOCATION :

MEETING/PROJECT NAME:

MINUTES PREPARED BY :

TOPIC			
ATTENDEES PRESENTS			
CLIENT NAME	DAPARTMENT/ DIVISION	NAME	DAPARTMENT/ DIVISION
ISSUES, DECISIONS, NOTE			

ATTENDEES SIGNATURE :

() () ()

() () ()

Gambar 3.4. Contoh *Minutes of Meeting*

(Sumber : Dokumen Pribadi)

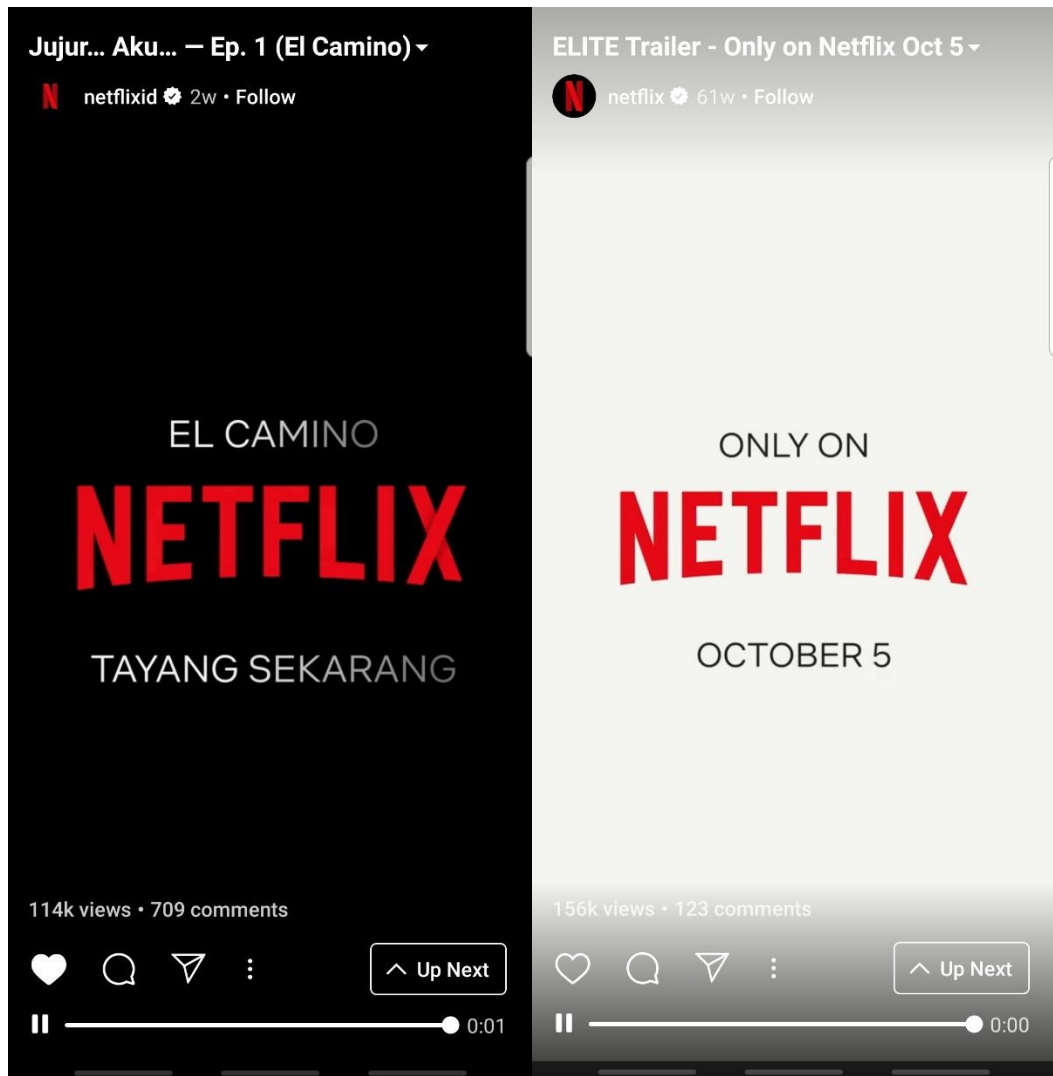
CLIENT BRIEF

CREATIVE OVERVIEW		
PROJECT TITLE	ReCharge Indonesia Vertikal Video Project	
CLIENT NAME	ReCharge Indonesia	
CONTACT INFO	NAME	Hendi Prasetya (Digital Marketing)
	PHONE	62818622584
	EMAIL	Hendi.Prasetya@Recharge.id
	MAILING ADDRESS	Menara BPTN 47th FL. Jl. Dr. Ide anak agung gede agung kav 5.5 - 5.6 Jakarta selatan
BUDGET Detailed financial projections	AMOUNT	None
	FINANCE SOURCES	None
	NOTES	
PROJECT OVERVIEW Project summary, research sources and findings		Video ReCharge akan memiliki output vertikal untuk di Station ReCharge dan Sosial Media ReCharge. Berdurasi 1mnt (Max 2mnt). membuat dua video dengan tema Summer untuk satu video Live ig dan satu video Informational. Kedua video tersebut berbentuk tutorial.
PROJECT OBJECTIVES Detailed goals, desired outcomes, and measurable objectives		Vertikal video untuk di station ReCharge yang eye catching Video Live IG yang Trendy Outout Video untuk di Station ReCharge dan Social Media
MARKETING GUIDELINES Detailed approval process for all pieces, style guides, links to existing branding standards		Mengikuti tata cara penggunaan aplikasi ReCharge untuk di station ReCharge
MARKETING MATERIALS Describe the pieces required along with the strategic reach and the desired outcome	COPY	Taglines, slogans, body copy requirements <i>Cegah Lowball, Ada Recharge dan download aplikasi ReCharge di appstore dan playstore</i>
	PRINT ADS	List any printed materials <i>Logo dan Design UI</i>
	DISPLAY ADS	List type of advertisement, length of time required and type <i>Durasi 1mnt (Max 2mnt)</i>
	SIGNAGE / BANNERS	List items needed and deadlines <i>Taglines, Logo dan Design UI</i>
	EVENT / PROMO PIECES	List items needed and deadlines <i>None</i>
	WEBSITE	Describe web requirements <i>none</i>
	SOCIAL MEDIA	<i>Instagram and Youtube</i> <i>recharge.id dan ReCharge Indonsia</i>
	OTHER	Detail needed materials and deadlines

	OTHER	Station ReCharge
TARGET AUDIENCE The who, what, when, and where of the target customer base	PRIMARY DEMOGRAPHIC	Describe desired audience Remaja - Dewasa (18 - 40) Mahasiswa, Pekerja
	SECONDARY DEMOGRAPHIC	Describe desired audience Pelajar dan Ibu Rumah tangga
CALL TO ACTION Detail the desired reaction of the target audience		Video informational mampu membuat pelanggan menjadi ingin mencoba menggunakan ReCharge dan paham dengan tata cara penggunaan ReCharge
CAMPAIGN LOOK AND FEEL Describe the desired style of the campaign		Dengan menggunakan tema Summer agar lebih berwarna dan video Live IG dengan seorang Selebgram yang sedang Live IG di Instagram selayaknya selebgram tokoh utama akan terlihat ceria dan bersemangat. Dan Video informational yang bentuknya Vertikal dengan tema Summer yang akan memperlihatkan tata cara pemakaian ReCharge di Station ReCharge dengan feel yang ceria dengan karakter yang iconic.
CAMPAIGN MESSAGE Define key benefits of product, describe its value, and desired target audience take away		Tidak perlu khawatir jika Batrai Lowbatt karna ada ReCharge
COMPETITIVE ANALYSIS Describe competitors, their campaign messages, research findings, and supporting information - list any document attachments		Karna Recharge adalah station pertama Powerbank pertama di Indonesia jadi ReCharge belum ada Competitors di Indonesia.
IMAGE REQUIREMENTS List needed imagery and projected sources	GRAPHICS	Design UI untuk di station ReCharge
	PHOTOGRAPHY	None
	MULTIMEDIA	none
SCHEDULE	PROJECTED TIMELINE	Casting + Reading (Jumat, 26 April) Jam 2 siang Lokasi Scouting (Selasa, 30 April) Reace (Kamis, 2 Mei) Reading & Rehearsal (Sabtu, 4 Mei) Jam 1 siang Shooting live ig (Rabu, 8 Mei) Shooting Informational (Jumat, 10 Mei)
	IMPORTANT DATES / DEADLINES	Shooting 8 dan 10 Mei
OTHER Include any other critical information		Menggunakan Powerbank yang berwarna Hijau
COMMENTS AND APPROVAL		
CLIENT CONTACT NAME & TITLE		

Gambar 3.5. *Client Brief*

(Sumber : Dokumen Pribadi)



Gambar 3.6. Instagram TV Netflixid dan Netflix

(Sumber : Instagram TV Netlfix)



Gambar 3.7. Iklan Fossil dengan Layar Vertikal

(Sumber : Dokumen Pribadi)

1.7. Evaluasi Video Iklan ReCharge Indonesia

Evaluasi ini bertujuan untuk mendapatkan *feedback* dari hasil video vertikal iklan ReCharge Indonesia, Terdapat tiga target yaitu pengguna ReCharge, non-pengguna ReCharge dan Klien. Tiga target tersebut akan diberikan pertanyaan seputar aspek yang ada pada video iklan ReCharge.

Topic Guideline :

1. Menurut Anda bagaimana aspek yang ada pada iklan ReCharge tersebut?
(Penggunaan *talent*, visual, dialog, alur dan format vertikal)
2. Bagaimana informasi yang Anda dapatkan setelah melihat iklan ReCharge tersebut? Apakah jelas?
3. Setelah Anda melihat iklan ReCharge tersebut apakah Anda merasa tertarik untuk menggunakan ReCharge sebagai alat bantu ketika *handphone lowbatt*? (Pertanyaan nomor 3 hanya untuk pengguna dan non-pengguna ReCharge)

Kegunaan dari evaluasi ini adalah untuk mengetahui apakah hasil dari iklan ReCharge tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan iklan produk ReCharge atau tidak, dalam hal seperti target segmentasi, informasi, isi visual dan dampak dalam pemakaian format vertikal. Hal ini juga akan menjadi evaluasi tim untuk pengerjaan video iklan selanjutnya.